

Un rêve devenu réalité

Bienne Le mois dernier, Lizabeta Demiraj a été licenciée à la suite de la faillite du magasin de fleurs Flowerpoint à la gare. Une situation qui lui a pourtant permis de rebondir.

En début d'année, les locaux étaient encore occupés par le magasin Flowerpoint. Puis, le mois dernier, Lizabeta Demiraj a reçu un appel de sa patronne. «Du jour au lendemain, je me suis retrouvée sans emploi», confie-t-elle.

Flowerpoint avait déposé le bilan, les neuf succursales ont fermé brusquement et les employées se sont retrouvées sans travail. Un choc pour elle, bien que de courte durée. «C'était ma chance.» Les fleurs ont toujours été son univers. «Avoir ma propre boutique, c'était mon rêve.»

A l'Office des faillites, elle a acheté l'inventaire du magasin et la vitrine a instantanément disparu sous une couverture. Pendant un mois, il n'y avait plus de fleurs à la gare. Le manque de la boutique se faisait cruellement sentir. Parfois, Lizabeta Demiraj ouvrait la porte alors qu'elle peignait les murs et avait besoin d'air frais.

«Dès que la porte s'ouvrait, les gens voulaient entrer.»

Le jour de la réouverture, Lizabeta Demiraj a réellement compris à quel point le magasin de fleurs avait manqué. «La moitié de la gare est venue nous féliciter», sourit-elle. Des employées de la pharmacie, de la boulangerie, des cafés du quartier et des clientes qu'elle connaissait de longue date. «Les gens sont venus avec du chocolat et du champagne.»

Le parfum du changement

«Le magasin de fleurs a toujours bien fonctionné», affirme Lizabeta Demiraj. Selon elle, la faillite n'est pas survenue parce qu'un seul magasin n'était pas rentable, il s'agit d'un tout. La chaîne bernoise de magasins de fleurs a dû licencier 38 employées au total. Les raisons avancées par l'entreprise: la crise du coronavirus et l'augmentation des coûts

d'exploitation. Désormais, la boutique la plus colorée de la gare n'appartient plus à une chaîne. Elle est la propriété de Lizabeta Demiraj. Une Bienneoise sans formation professionnelle, mais qui a toujours exercé en tant que fleuriste.

A l'âge de douze ans, elle est arrivée en Suisse avec sa famille en provenance du Kosovo. Après la neuvième année scolaire, Lizabeta Demiraj ne pensait pas à un apprentissage. Elle voulait travailler et gagner de l'argent.

Elle a ainsi commencé comme simple auxiliaire chez le fleuriste Bienna-Flor à Schwadernau. Elle y est restée un certain temps avant de déménager. Elle a appris le métier auprès de différents fleuristes de la région. Il y a deux ans, son parcours l'a menée chez Flowerpoint à la gare de Bienne. Les employées affirment que la boutique a considérablement changé depuis que la nou-



Lizabeta Demiraj, nouvelle patronne du magasin de fleurs de la gare de Bienne.

Dominik Rickli

velle patronne a repris le flambeau. Elles travaillaient déjà ensemble dans l'ancien magasin. Lizabeta Demiraj a repris deux fleuristes à plein temps.

La nouvelle propriétaire a entrepris un désencombrement rigoureux, retirant les meubles de la boutique pour faire de la place aux tulipes, strelitzias, lys, gerberas, germinis, anémones, chrysanthèmes, gypsophiles et roses de différentes couleurs et tailles. La pièce est imprégnée du parfum des fleurs. «Maintenant, tout est beaucoup plus lumineux et ouvert», déclare une collaboratrice, «exactement comme Lizabeta elle-même, ouverte et joyeuse».

Lizabeta Demiraj est heureuse, mais fatiguée. Depuis que son rêve est devenu réalité, elle est constamment sur le qui-vive. Sa famille l'a soutenue dans les travaux de rénovation. Elle qui peut compter sur son mari et ses deux enfants, six frères et sœurs, et ses parents. «La famille est très fière», dit-elle. Les fleurs ont toujours fait partie de sa vie. Au Kosovo, ses parents possédaient un jardin qui en était rempli. Maintenant, leur fille se trouve à la tête d'une boutique, ce qui permet à la gare de Bienne de retrouver son magasin de fleurs. *ajr*

Un autocollant comme gage de bilinguisme

Bienne Le Forum du bilinguisme lance un autocollant visant à mettre en avant les établissements de la région qui pratiquent les deux langues.



Le Forum du bilinguisme lance un autocollant bilingue. Forum du bilinguisme

«Ici c'est Bilingue». Un autocollant imaginé par le Forum du bilinguisme, en collaboration avec la Ville et le Conseil des affaires francophones (CAF), s'apprête à débarquer sur certaines devantures de la cité seelandaise. Son objectif: assurer aux potentiels clients qu'ils seront libres de parler français ou allemand dans l'établissement. Un véritable gage de bilinguisme, valable deux ans. «Cela fait longtemps que nous avons cette idée dans la tête. Nous sommes ravis de pouvoir enfin la réaliser», lance Virginie Bo-

rel, directrice du Forum du bilinguisme.

Ainsi, les cafés, restaurants, commerces de détails, cabinets de santé, salons de coiffure ou autres prestataires de services de Bienne et environ n'ont qu'à faire la demande, et s'ils remplissent les critères, ils recevront gratuitement le précieux sésame à coller sur leur entrée. «Pour ceux qui sont intéressés, il suffira de remplir un questionnaire en ligne et à nous confirmer que notre charte est respectée par les employés», continue-t-elle. «Nous partons du prin-

cipe que les gens qui nous demandent l'autocollant travaillent réellement de façon bilingue. Mais si, à l'avenir, nous recevons des plaintes par rapport à un commerce en question, nous nous réservons le droit de retirer l'autocollant.»

Si la démarche est louable, est-elle vraiment nécessaire dans une ville qui est censée être déjà intégralement bilingue? «Oui, c'est certain. Il y a le bilinguisme officiel, et le bilinguisme vécu. Il y a encore des endroits où on peut avoir l'impression de déranger simplement parce qu'on arrive en disant «Bonjour», regrette Virginie Borel.

Déjà trois clients

Un concept lancé ce jeudi. «Nous espérons avoir beaucoup de succès. Nous comptons aussi sur un effet boule de neige. Une fois que les gens verront que c'est une possibilité, j'espère qu'ils saisiront l'occasion de démontrer qu'ils sont de véritables bilingues, et que tout le monde est le bienvenu dans leur commerce.»

Selon le Forum, «les entreprises ou organisations détentrices de l'autocollant disposeront d'avantages tels qu'une visibilité accrue grâce à la promotion de l'action dans la presse, sur les réseaux sociaux et sur le site Internet du Forum et des organisations partenaires.» Pour l'instant, trois futurs clients de l'autocollant «Ici c'est Bilingue» se sont déjà annoncés. *dlg*

PUBLICITÉ

Notre équipe se présente



«Vous raconter la région tous les jours, c'est ma mission et ma passion.»

Laurent Kleisl

Rédacteur en chef du Journal du Jura

Ne manque jamais un match du HC Bienne